RÉSUMÉ

Le personnage est l'élément central qui structure tout récit et qui permet toutes les formes d'identification, surtout dans les productions culturelles de masse. La presse people, *dans son nom même, dit l'intérêt qu'elle porte aux personnes publiques, construites comme des héros fictionnels. Ce qui était déjà marquant pour le monde du spectacle contamine désormais l'univers politique, de plus en plus présent dans les magazines* people.

The main character rather than the plot is the central element that structures any narrative and allows all forms of identification, especially in mass cultural productions. The celebrity *magazine, as a specific press genre, focuses its attention on public figures portrayed as fictional heroes. What was already an established practice in the world of entertainment now invades the political universe, as increasingly witnessed in* celebrity *magazines.*

El personaje es el elemento central que estructura todo relato y que permite todas las formas de identificación, sobre todo en las producciones culturales de masa. La prensa people, *como su nombre lo indica, manifiesta el interés que confiere a las personas públicas, concebidas como héroes de ficción. Lo que ya estaba puesto de relieve para el mundo del espectáculo influye en adelante el universo político, cada vez más evidente en las revistas* people.

BIBLID 0382-7798(2009)27:1p. 139-159

Une femme au gouvernement : un feuilleton électoral entre politique et *people*

Françoise Revaz, Stéphanie Pahud et Raphaël Baroni[1]

Dans les lignes qui suivent[2], nous nous attacherons à décrire la manière dont l'élection, en 2006, de la politicienne Doris Leuthard au poste de ministre de l'Économie de l'exécutif fédéral suisse s'est structurée en feuilleton et nous observerons plus précisément les modalités d'émergence d'une figure relativement nouvelle en Suisse : le « politique-*people* ». On notera d'emblée que deux facteurs majeurs semblent avoir favorisé le traitement *people* de l'événement : la difficulté de faire coïncider agenda politique et agenda médiatique, d'une part, le sexe de la candidate, d'autre part.

Un feuilleton électoral

Configuration du feuilleton médiatique

Les feuilletons médiatiques présentent un faisceau de traits définitoires : premièrement, l'événement relaté possède une extension temporelle[3]

1. Françoise Revaz est professeure à l'Université de Fribourg. Courriel : francoise.revaz@unifr.ch. Sthéphanie Pahud est assistante et Raphaël Baroni est chercheur post-doctorant à la même université. Courriels : stephanie.pahud@unifr.ch et raphael.baroni@unil.ch. Les trois auteurs sont membres du Laboratoire d'analyse des récits de presse (LARP).

2. La présente contribution se situe dans le cadre d'une recherche menée par le Laboratoire d'analyse du récit de presse (LARP) sur la narration journalistique dans la presse quotidienne suisse romande et, notamment, sur la forme sérialisée du *feuilleton médiatique*. Cette recherche est financée par le Fonds National Suisse de la recherche scientifique (projet n° 100012-109950).

3. Dans certains cas, la sérialisation de la narration journalistique repose davantage sur la curiosité durable que suscite un événement passé que sur le suspense d'un événement en train de se dérouler. L'extension temporelle concerne alors l'histoire de l'enquête, la recherche de la vérité à propos de cet événement déjà achevé.

autorisant un relais sérialisé par la presse périodique (journaux quotidiens, hebdomadaires, etc.) ; deuxièmement, cet événement renferme un caractère intrigant, entretenant l'intérêt des journalistes et du public jusqu'à une forme quelconque de résolution ; enfin, il peut être lié à un personnage sur lequel se focalise la sérialisation[4]. Dans le cas qui nous occupe, la narration sérialisée s'attache à raconter un processus électoral dont l'échéance est fixée d'avance mais dont le résultat demeure provisoirement inconnu.

Bien que, sur un plan esthétique, les feuilletons médiatiques partagent avec les fictions littéraires certains traits passionnels (suspense, curiosité, surprise[5]) qui en font des récits « racontables », il faut cependant préciser d'emblée que leur configuration se révèle concrètement beaucoup plus difficile à cerner. Cette narration sérialisée subit en effet la contrainte de devoir raconter dans l'urgence un événement compréhensible, bien que non encore achevé. Dès lors, le suspense engendré par le récit médiatique repose sur une véritable ignorance que le narrateur partage avec son lecteur. Nous ne sommes pas en présence d'un récit rétrospectif mais d'un récit simultané dans lequel on peut lire les différentes marques textuelles exprimant l'incertitude dans laquelle le narrateur se trouve face au déroulement de l'histoire qu'il raconte.

Chronique d'une élection annoncée

Le 27 avril 2006, Joseph Deiss, alors ministre de l'Économie en Suisse, fait sensation en annonçant sa démission. Le lendemain, tous les médias mettent l'information en une et soulignent la nature surprenante de ce coup de théâtre politique. *24 Heures* annonce « le départ inattendu d'un ministre que personne n'attendait ». Dans *Le Matin,* dont le titre principal évoque la Genèse : « Et Joseph Deiss créa la surprise… », le journaliste relève que le conseiller fédéral « prend tout le monde de court en se retirant en pleine législature ». Enfin, pour *Le Temps,* la décision du ministre ressemble davantage au franchissement du Rubicon[6], puisqu'on y affirme

4. Dans cet article, nous ne ferons pas de différence entre ce que nous appelons la « sérialisation » et la « feuilletonisation ».

5. Ces « passions » et leurs rapports avec une définition rhétorique et fonctionnelle de la narrativité ont été mis en évidence par Meir Sternberg (2001) et, plus récemment, par Raphaël Baroni (2007). Pour une application aux feuilletons médiatiques, voir Revaz, Pahud et Baroni (2007).

6. On peut voir dans ce titre une allusion à un autre « coup de dés » célèbre : le fameux « *alea jacta est* » de Jules César.

que « le coup de Deiss » (titre principal en une) annonce une « bataille cruelle » (titre de l'édito en une) pour sa succession.

La surprise qui connote l'événement initial n'est pas faite pour durer, elle ne suffit donc pas à produire une véritable sérialisation de la narration journalistique. Mais dès le premier jour, c'est déjà vers le futur que tous les regards se tournent. À travers les projections des journalistes, le feuilleton médiatique parvient à se déployer dans la durée. Les contours d'une intrigue en formation sont ainsi pré-configurés par l'agenda politique, qui fixe l'échéancier de l'élection à venir :

> *C'est le 14 juin que le nom du successeur de Joseph Deiss devrait être connu.* […] *Que va-t-il se passer ces prochains jours ? Une forte animation en coulisse. Puis le 9 mai, le comité de la fraction PDC au parlement se prononcera sur les critères à remplir pour espérer remplacer Joseph Deiss.* […] *Cette personne devrait être désignée par les siens le 6 juin* (*24 Heures,* 28 avril 2006).

La structuration temporelle du feuilleton est clairement définie : sont fixés d'avance non seulement le début (démission du 27 avril) et la fin (élection du 14 juin), mais également les étapes intermédiaires du 9 mai et du 6 juin, dont on verra ultérieurement que la première (relayée le 10 mai par la presse) sera une charnière décisive de l'intrigue et le moment d'un basculement vers une *peopolisation* du politique. Mais un tel échéancier politique pré-configurant les événements entre le 28 avril et le 14 juin est insuffisant pour maintenir vivace l'intérêt du public et engendrer ainsi une véritable sérialisation de l'information. L'élément crucial permettant de maintenir un suspense électoral, dont dépend le relais médiatique de l'événement, tient au caractère incertain de l'issue. Or, c'est sur ce point que le feuilleton montre ses premiers signes de faiblesse. Les sièges de l'exécutif étant répartis de manière consensuelle, le candidat proposé par le parti du ministre sortant est généralement élu par le Parlement sans trop de problèmes. Les membres les plus influents du parti se profilent ainsi rapidement comme des candidats potentiels. Dès le premier jour, *24 Heures* et *Le Matin* mettent sur le devant de la scène la probable remplaçante de Joseph Deiss : Doris Leuthard, qui est à ce moment la présidente du parti démocrate-chrétien (PDC) auquel appartient le ministre de l'Économie. En une du *Matin,* c'est déjà la photo de la politicienne qui prime sur celle du ministre démissionnaire.

Les titres de ces deux quotidiens insistent l'un comme l'autre sur l'identité de la future candidate : « Doris Leuthard mène le bal des prétendants » (*24 Heures*) ; « Deiss ouvre la voie à Doris » (*Le Matin*). En ce premier jour, plusieurs options restent néanmoins ouvertes. Dans *24 Heures,* on s'interroge sur les critères à remplir pour remplacer Deiss : « Faut-

il une femme, un jeune, un Romand, un Alémanique ou un Tessinois ? » On se demande également « combien de candidats [le parti] présentera devant les Chambres ». Mais ce n'est pas seulement autour de l'identité de la personne qui sera désignée à l'issue de l'élection fédérale que des interrogations demeurent ouvertes. Un article affirme que « la démission du Fribourgeois [Joseph Deiss] donne un coup d'accélérateur aux manœuvres au sein du Landerneau politique [et] pose plusieurs questions ». Ces questions sont détaillées dans les intertitres de l'article : « Le PDC peut-il échapper à l'armée[7] ? » ; « Que gagne le PDC ? » ; « Le départ de Deiss est-il un contrecoup de l'éviction de Metzler ? » (*24 Heures,* 28 avril). Le *Temps*, qui dresse le portrait d'une « favorite et quatre outsiders », se demande « Qui voudra reprendre l'Économie publique ? » (*Le Temps,* 28 avril). Mais comme la plupart des incertitudes évoquées ne seront levées qu'au lendemain de l'élection fédérale, c'est surtout l'éventuelle candidature de Doris Leuthard qui retient l'attention. Or, sur ce plan, une journaliste du *Matin* constate que les médias « ont déjà compris que [Doris Leuthard] est la candidate favorite » et que « l'icône du PDC a bien des chances de siéger dès le mois d'août aux côtés de Micheline Calmy-Rey[8] si elle se lance dans la course au Conseil fédéral ». Et la journaliste du *Matin* de se demander « qui ou quoi pourrait faire trébucher Doris Leuthard ? » (*Le Matin,* 28 avril).

Du 28 avril au 10 mai 2006, l'ensemble des médias continue à relayer régulièrement les suites de la démission de Joseph Deiss. Dès le 28 avril, Doris Leuthard annonce qu'elle doit encore se « poser la question » de sa candidature (*Le Matin,* 28 avril). On constate que cette décision n'est pas facile à prendre pour la présidente du PDC car « remplacer la conseillère nationale argovienne à la tête du parti semble plus difficile que trouver des candidats au gouvernement » (*24 Heures,* 29 avril). C'est donc sur ce dilemme et sur les divers facteurs qui entrent en jeu dans le choix que prendra Doris Leuthard que le feuilleton va se focaliser les jours suivants. Les principaux titres du *Temps* à partir du 29 avril permettent de suivre le développement de cet épisode de l'intrigue :

7. Les sept départements de l'exécutif fédéral (parmi lesquels on trouve l'Economie et la Défense) sont répartis de manière consensuelle, mais à chaque nouvelle élection, les ministres peuvent décider de changer de ministère.

8. Conseillère fédérale socialiste dirigeant le Département fédéral des affaires étrangères et seule femme sur les sept membres du gouvernement suisse.

29 avril *Vers une candidature unique ?*
1er mai *La succession n'est pas jouée*
2 mai *Le PDC est déjà en proie à des manœuvres qui mettent Doris Leuthard sous pression « Les chances sont aujourd'hui de 50-50 »*
3 mai *« Je ne veux pas influencer le choix de Doris Leuthard »*
5 mai *Anesthésié, le PDC se réveillera avec la décision de Doris Leuthard*
9 mai *Dernier jour de répit pour la favorite Doris Leuthard*

Dans *Le Matin* du 9 mai, un article annonce qu'à « 15 heures 15 cet après-midi, le suspens sera levé. Doris Leuthard annoncera à ce moment-là si elle est candidate à la succession de Joseph Deiss ». Littéralement, les médias comme le monde politique sont suspendus aux lèvres de la politicienne qui est sur le point de faire sa déclaration officielle.

> *Tout le monde l'attendait hier après-midi à l'occasion de la session extraordinaire du Parlement. Les élus comme la presse, chacun espérant saisir une réaction, un regard.* [...] *déterminée, elle n'a lâché aucun commentaire. Seulement un sourire qui trahissait tout de même une certaine tension* (*Le Matin,* 9 mai 2006).

Le 10 mai, le surtitre d'un article en double page annonce dans *Le Matin* qu'« après deux semaines de suspense, l'Argovienne s'est finalement déclarée candidate pour le Conseil fédéral ». Le journaliste ajoute que, désormais, « on ne voit pas qui oserait contester le trône de Doris » (*Le Matin,* 10 mai). Dans *Le Temps,* on annonce le même jour que « la reine du PDC Doris Leuthard [est] au seuil du Conseil fédéral » (*Le Temps*, 10 mai) et, dans *24 Heures,* que la suite du processus électoral reposera sur « un faux suspense ». Dans cette même édition, un article se conclut par la prévision que l'on « s'achemine vers l'élection la moins spectaculaire et la plus rapide depuis longtemps » (*24 Heures,* 10 mai).

Le 15 juin, au lendemain de l'élection, le feuilleton s'achève finalement « sans surprise » (*Le Matin,* 15 juin). Si le début avait été tonitruant, porté par la démission surprise du ministre de l'Économie, la fin est donc beaucoup plus terne. L'éditorial du *Matin* dresse ce constat rétrospectif.

> *Ce fut la chronique d'une élection annoncée d'après un scénario écrit par le PDC. Seul le dernier chapitre a légèrement été modifié. La Suisse s'attendait au sacre de la reine Doris. L'événement ressembla à une approbation sans grand éclat* (*Le Matin,* 15 juin 2006).

Cet éditorial, en décrivant l'élection comme le « dernier chapitre » d'un « scénario » écrit par un parti politique, est à peine métaphorique. Il souligne la frappante similitude qui peut être observée entre la structuration des narrations fictionnelles (cette affaire qui s'achève est comparée au célèbre roman de Gabriel Garcia Marquez : *Chronique d'une mort annoncée*) et celle que l'on peut observer à l'échelle d'un feuilleton médiatique qui tantôt parvient à entretenir un suspense, tantôt prend un tour plus prévisible.

Mise en scène du pouvoir au féminin et *peopolisation* du politique

« La souriante présidente du PDC »

C'est la *peopolisation* du feuilleton qui va permettre de combler les faiblesses d'une intrigue qui s'efface pour faire place à la « chronique d'une élection annoncée ». Dès le lendemain de la démission de Deiss, les descriptions physiques de sa probable remplaçante abondent. Le sourire de Doris Leuthard, sa fraîcheur, son charisme ainsi que la richesse de sa garde-robe sont à de nombreuses reprises mises en avant. Elle est « la souriante présidente du PDC » (*24 Heures,* 28 avril) ou « l'avocate argovienne au sourire Pepsodent » (*24 Heures,* 28 avril). Le *24 Heures* ne tarit pas d'éloges : « Jeune (elle n'a que 43 ans), sourire et spontanéité en bandoulière, avec un côté *fashion victim* qui la démarque (ah ces bottes, ces foulards, ce costume en daim clair !), Doris Leuthard est vite devenue l'ultime recours d'un parti atterré... » (28 avril) ou encore : « Elle est jeune, charismatique, intelligente, ambitieuse, sympathique, spontanée, compétente, pugnace, pragmatique. » (5 mai). Comme en témoignent les propos d'un collègue parlementaire, Daniel Brélaz, la corpulence est aujourd'hui encore un facteur déterminant pour les politiciennes : « Les gens trouvent le bon rondouillard sympa. Mais la grosse mégère, beaucoup moins » (*24 Heures,* 24-25 mars 2007). De ce point de vue, Doris Leuthard fait partie des bienheureuses élues des médias.

L'Hebdo consacre, dans son édition du 4 mai, près de quinze pages à la future conseillère. L'amorce principale placée en une, « Doris Leuthard. Qui est-elle vraiment ? Enquête. Ses votes, ses atouts, sa stratégie », ainsi que le titre de l'éditorial, « Et maintenant, bas les masques », laissent croire à un intérêt d'ordre politique. Or, dans les différents articles, on constate que c'est plus la vie privée de la candidate que son programme politique qui retient l'attention de l'hebdomadaire :

> *Doris dans son jardin potager, Doris sur son vélo, Doris exhibant sa collection de chaussures. Elle s'est aussi montrée dans sa cuisine, préparant un plat asiatique – sa spécialité –, ou marchant au bord de l'eau, un jour de brume. En accédant il y a deux ans à la présidence du PDC, la chouchou des médias alémaniques est devenue la femme la plus photographiée du pays, juste derrière Miss Suisse et Micheline Calmy-Rey* (*L'Hebdo,* 4 mai 2006).

Dans l'édition qui suit l'élection, *L'Hebdo* propose un second reportage sur Doris Leuthard de près de quinze pages. « L'interview vérité », par exemple, accorde la même place à son enfance qu'à son *credo* européen.

Une « icône people »

Les patrons de presse tirent abondamment parti du « glamour » de « la médiatique avocate argovienne » (*24 Heures,* 28 avril 2006) :

> *Elle est jeune, charismatique, intelligente, ambitieuse, sympathique, spontanée, compétente, pugnace, pragmatique. Depuis la démission de Joseph Deiss, la presse helvétique ne tarit pas d'éloges sur la présidente du PDC* (*24 Heures,* 5 mai 2006).

Sous les traits du caricaturiste Burki, la candidate n'est rien moins que « la nouvelle star » (*24 Heures,* 29 avril 2006).

De fait, Doris Leuthard se transforme rapidement en « icône *people* » :

> *L'icône du PDC s'est transformée en une sorte d'icône « people ». Il n'y a plus un magazine populaire qui n'affiche le sourire de Doris Leuthard en couverture et qui n'étale en pages intérieures les images de sa cuisine, de sa salle à manger et de son jardin potager. Couronnée avant d'être élue, la candidate unique du PDC donne l'impression de vouloir chercher une forme de légitimité populaire, parallèle à la seule légitimité institutionnelle dont peut se prévaloir une conseiller fédéral, celle qui découle de l'onction du parlement* (*Le Temps,* 19 mai 2006).

Les réflexions d'Hélène Risser (2007) sur le traitement *people* réservé à Ségolène Royal par les chaînes de télévision françaises attestent l'existence de cette stratégie qui est désormais classique et qui fait recette.

> *Depuis quelques années, c'est sous l'angle du* people *et des conflits de personnes* [que les JT] *traitent la politique. Les projets, les programmes, sont réduits à la portion congrue, évoqués rapidement à quelques semaines du vote. En revanche, place au glamour et à la proximité. Femme, mère, télégénique, souriante et jalousée par ses petits camarades, Ségolène Royal est donc, pour toutes ces « bonnes » raisons, la candidate idéale pour doper les audiences* (Risser, 2007 : 150-151).

Dans le cadre de l'élection de Doris Leuthard, l'angle *people* permet clairement de combler la platitude du scénario politique, comme le souligne la presse quotidienne elle-même :

> *Les médias ont bien essayé de mettre du piment dans ce folklore électoral tacite. Et si Doris Leuthard et Micheline Calmy-Rey se faisaient la guerre ? Et si Samuel Schmid piquait aux démocrates-chrétiens le département de l'Économie ? Et si Daniel Brélaz prenait la place de Joseph Deiss ? De la politique-fiction à défaut d'un programme, d'une vision proposée par la candidate aux mille chaussures* (*24 Heures,* 14 juin 2006).

Au lendemain de l'annonce faite par Doris Leuthard de son intention de briguer la succession de Deiss, et alors que tout suspense paraît éteint, le quotidien populaire *Le Matin* se focalise sur la vie privée de la future Conseillère fédérale. Dans son édition du 10 mai, le quotidien dresse le portrait de l'« amour au long cours » qui unit la politicienne à son mari. Début juin, faute de scoop à proposer concernant l'élection, c'est le sommeil de la future conseillère qui est sous les projecteurs :

> *Regonflée. Pendant ce temps en Argovie, Doris Leuthard se prépare à s'affronter toute seule, le 14 juin, lors de l'élection au Conseil fédéral. Dans une interview parue hier dans la* Neue Luzerner Zeitung, *la présidente du PDC avoue qu'elle se sent « déjà nerveuse ». « Je dors moins bien », précise la candidate. C'est quand même dur de faire le vide autour de soi...* (*Le Matin,* 4 juin 2006).

Il faudra attendre le 7 juin pour la voir revenir sur le devant de la scène, mais cette fois encore, ce n'est pas sa désignation comme candidate officielle du PDC qui fera les gros titres, mais son intention d'assister, la veille de son élection, au match d'entrée dans la treizième Coupe du monde de football de la Suisse et de la France à Stuttgart :

> *Doris ne se privera pas de Mondial (titre)*
> *BERNE Il n'y a pas eu de coup de théâtre. Le groupe parlementaire PDC a désigné la présidente du parti à la succession de Joseph Deiss. Pas trop stressée et fan de foot, elle assistera la veille de l'élection au match Suisse-France à Stuttgart. (chapeau)* (*Le Matin,* 7 juin 2006).

Après un plaidoyer du rédacteur en chef du *Matin,* Peter Rothenbühler, dans sa rubrique « À propos de tout » où il affirme que « Doris Leuthard fait [...] une démonstration d'indépendance et d'assurance de soi » en allant voir un match la veille de son élection (*Le Matin,* 10 juin), la politicienne occupe à nouveau la rubrique « Événement » avec un titre particulièrement révélateur « Fun, foot et politique pour Doris » (*Le Matin,* 13 juin). La PDC argovienne qui « sera présente [...] dans les gradins du stade de Stuttgart » affirme que « la Suisse a une chance de battre la France ». Dans ce combat de David contre Goliath, la focalisation des journalistes sur l'issue incertaine d'un match semble parvenir à combler provisoirement la carence d'intérêt d'une élection jouée d'avance. L'édition du lendemain choisit encore de traiter l'élection fédérale sous cet angle sportif :

> *MONDIAL Un match avant de prêter serment (surtitre)*
> *Le « Hop Schwiiz » de Doris (titre)*
> *STUTTGART Avant son élection de ce matin, Doris leuthard a assisté au nul obtenu hier soir par l'équipe nationale. (chapeau) (Le Matin, 14 juin 2006)*

Le 11 juin déjà, tournant le dos aux pronostics politiques pour privilégier le jeu des pronostics vestimentaires, *Le Matin* se projette dans le jour de l'élection et se demande « Comment habiller une sage » qui va prêter serment devant le Parlement.

> *Le 14 juin prochain, à moins d'une énorme surprise, Doris Leuthard sera élue au Conseil fédéral et, dans la foulée, prêtera serment devant l'Assemblée lors d'un cérémonial réglé comme du papier à musique. Tellement réglé, d'ailleurs, que le principal intérêt de la chose sera de repérer d'éventuels impairs comportementaux et vestimentaires que pourrait commettre notre nouvelle conseillère fédérale* (*Le Matin,* 11 juin 2006).

C'est *Le Matin Dimanche* qui rend compte, une semaine plus tard, du dénouement de cet épisode vestimentaire : « Un look sombre et approprié » (*Le Matin Dimanche,* 18 juin 2006). Dans la même veine, *Le Temps* s'interroge deux jours avant l'élection sur la photogénie de la candidate :

> *Photogénie, mode d'emploi*
> *Image. Entre Doris Leuthard et les appareils photos, c'est l'idylle. Mais qu'est-ce qui fait d'elle une personne photogénique ? Et qu'est-ce que la photogénie en général ? Quelques clés pour désépaissir le mystère, assorties d'un petit hit-parade fédéral* (*Le Temps,* 12 juin 2006).

Le 17 juin, une brève du *Matin* est exemplaire de la tournure qu'a prise le suivi de l'élection dans le titre :

> *Doris Leuthard. Gel douche au musée. Le gel douche distribué lors de la campagne électorale de Doris Leuthard en 1999 fait désormais partie de la collection du Musée historique d'Aarau. Intitulé « Rafraîchissante Argovie », le produit avait suscité dans la presse le slogan « Se doucher avec Doris »* (*Le Matin,* 17 juin 2006).

Les chaussures de Doris

C'est le lendemain de l'élection, le 15 juin, que s'ouvre le plus long épisode à proprement parler *people* du feuilleton de l'élection. *24 Heures* rapporte l'incident en une : cinq minutes avant le couronnement de la candidate, le député socialiste Jean-Claude Rennwald se livre à une tirade acerbe sur « le statut de star politique » de Doris Leuthard, relevant entre autres que, via les médias, les Suisses en savent plus sur les quarante paires de chaussures de la future conseillère que sur son programme politique. Le dessin de Burki illustre la pique : Doris y est représentée dans un magasin de chaussures en train d'étrenner une paire d'escarpins portant la croix suisse.

Il n'est pas rare que la garde-robe des politiciennes soit détaillée, mais l'attention toute particulière portée aux chaussures de la nouvelle conseillère tient à un reportage du magazine hebdomadaire *Schweizer Illustrierte* consacré à sa vie privée. Quelques jours après la parution de cet article, *Le Temps* avait d'ailleurs pour ainsi dire prédit les attaques du député socialiste en évoquant les avantages et les risques du jeu de Doris Leuthard avec les médias :

> *Elle sait* [...] *se mettre en scène et jouer avec son image. Un récent reportage de la* Schweizer Illustrierte *à son domicile n'est pas passé inaperçu. Les photos la montrant entourée de sa collection de chaussures et assise sur une chaise arborant la croix suisse ont beaucoup fait jaser. Mais elles ont aussi leur utilité en termes de communication* (*Le Temps,* 29 avril 2006).

Le 18 juin, *Le Matin Dimanche* donne une suite aux critiques de Jean-Claude Rennwald. Le syndicaliste avait proposé que l'un de ses collègues l'accompagne un jour à Reconvilier et qu'il demande aux travailleurs de cette usine métallurgique – qui avait récemment fait la Une des médias à cause d'une grève de deux mois en réaction à des menaces de licenciements – s'ils avaient les moyens de se payer quarante paires de chaussures. Les journalistes du *Matin Dimanche* le prennent au mot et se chargent de l'interview : « Reconvilier (JB). Pour le conseiller national et syndicaliste jurassien, les travailleurs de la Boillat ne peuvent pas se

chausser comme la conseillère fédérale PDC » (*Le Matin Dimanche,* 18 juin 2006). Résultat de l'enquête :

> *Changer de souliers quand les semelles sont usées, et pas quand leur look est démodé, c'est le langage tenu à la cantine, même si les secrétaires se montrent plus coquettes. Mais personne ne reproche à Doris Leuthard de se faire plaisir avec 40 paires de chaussures : « Qu'elle achète ce qui lui plaît », commentent les employées interrogées* (*Le Matin Dimanche,* 18 juin 2006).

L'épisode des chaussures de Doris Leuthard connaît un dernier rebondissement le lendemain de l'interview du personnel de l'usine de Reconvilier. *Le Matin* rapporte que la députée PDC Madeleine Amgwerd s'en est prise à son tour au socialiste en évoquant ses bouteilles de vin :

> *L'histoire commence donc mercredi dernier. Le socialiste de 53 ans a attaqué Doris Leuthard à la tribune : « On sait presque tout sur vous, sur votre cuisine, sur vos habits et surtout sur vos quarante paires de souliers. Il y a même un de vos collègues qui a dit : "C'est normal, en Suisse, tout le monde a quarante souliers !" ». Jean-Claude Rennwald a peut-être gagné l'adhésion des ouvriers, mais il a surtout soulevé le courroux des politiciens. Après les excuses présentées à la conseillère fédérale par Hans-Jürg Fehr, le président du Parti socialiste suisse, hier, c'était au tour de Madeleine Amgwerd d'attaquer. La conseillère aux États a renvoyé l'ascenseur à l'émission humoristique « La soupe est pleine » de la RSR. « Est-ce qu'on lui demande combien de bonnes bouteilles il a dans sa cave, ce qu'il en fait et combien il en boit ? », a-t-elle déclaré. La démocrate-chrétienne accuserait-elle son collègue d'alcoolisme ? « Je n'oserais pas ! S'il est alcoolique, je n'en sais rien ! »* (Le Matin, 19 juin 2006)

La critique de Madeleine Angwerd relevée par *Le Matin* a précisément rapport au traitement *people* de la politique : « Cette politique-spectacle est inadmissible. Devoir utiliser ces arguments pour se faire connaître, c'est triste » (*Le Matin,* 19 juin 2006). Pour étayer l'épisode, *Le Matin* revient dans un encadré sur une précédente attaque de Jean-Claude Rennwald. Ce dernier s'en était pris à Jean-François Roth, un élu démocrate-chrétien en juin 2005. Il lui avait reproché de ne pas avoir fait son *coming-out* avant la votation sur le PACS.

De la presse d'information à la « presse poubelle »

Comme en témoigne la réaction de Madeleine Angwerd, le traitement des affaires politiques sous l'angle du *people* est loin de faire l'unanimité. La publication en une du *Blick,* ainsi que dans *Le Matin,* de photographies du président de la confédération Moritz Leuenberger et de son épouse en costume de bain sur une plage d'Oman, qui avait créé un précédent en la matière quelques semaines plus tôt, est précisément mise en débat dans la rubrique « Question du jour » de *24 Heures,* le jour même de l'annonce de la démission de Joseph Deiss :

> *La vie privée des politiciens doit être préservée. Question du jour*
> *Nos lecteurs déplorent l'attitude du* Blick *et du* Matin *qui ont publié les photos de Moritz Leuenberger en maillot de bain pendant ses vacances. La vie privée des politiciens ne devrait pas faire la une des journaux* (*24 Heures,* 28 avril 2006).

Les avis sont partagés. Certains lecteurs jugent naturelle l'exposition médiatique des personnalités politiques : « Tant que la photo publiée n'a rien de dégradant, pourquoi pas. Lorsque l'on décide de devenir un homme public il faut aussi savoir en accepter les inconvénients et pas seulement les avantages » (*24 Heures,* 28 avril). D'autres lecteurs dénoncent le voyeurisme de la presse d'information : « Oui, il y a des limites à ne pas franchir. C'est la limite entre la presse d'information et la presse "poubelle". Montrer des photos de M. Leuenberger et de son épouse en tenue légère sur une plage ne constitue pas une information mais du voyeurisme » (*24 Heures,* 28 avril).

Certains courriers des lecteurs se font acerbes. La *peopolisation* de Doris Leuthard est accusée de faire de l'ombre à sa ligne politique, ligne dont on doute de la clarté :

> *Dès l'annonce du départ de Joseph Deiss, tous les médias et ténors du cénacle politique, tant amis que frères ennemis, ont décidé que Doris Leuthard serait la seule étoile éligible à la succession de JD. Pas besoin d'examen approprié de la candidate. Par contre son armoire intéresse le public : chaussures en nombre incalculable et nouilles chinoises à volonté ! Ainsi la messe était dite : le Roi est mort, vive la Reine ! Mais le sens de l'humour des citoyens suisses a trouvé quelques limites ces dernières années avec les difficultés que rencontre le Conseil fédéral à trouver une ligne politique claire et responsable. Le côté « people » d'un candidat ne fait plus rire personne lorsqu'il s'agit de se prononcer sur les grands enjeux politiques* (*24 Heures,* 24/25 mai 2006).

Le caricaturiste du *Matin,* Barrigue, pointe avec ironie ce devoir d'assumer toutes les facettes du jeu avec les médias en exhibant Doris Leuthard dans la même situation que Moritz Leuenberger : « J'assume mes responsabilités !... je suis candidate pour poser en maillot de bain dans le *Blick* et dans *Le Matin* ! » (*Le Matin,* 10 mai).

DORIS LEUTHARD Candidate au Conseil fédéral.

Bien que s'étant prêtée volontiers à de nombreuses interviews et séances photographiques, Doris Leuthard elle-même en vient à se montrer réfractaire à certaines intrusions dans sa vie privée. *L'Hebdo* explique les raisons de cette attitude apparemment paradoxale :

> *Parlons politique, Mme Leuthard !*
> *« S'il vous plaît, mesdames et messieurs les journalistes, je vous prie de respecter ma famille. » Tout en annonçant sa candidature pour le Conseil fédéral, Doris Leuthard a lancé un appel aux médias, qui, depuis l'annonce de la démission de Joseph Deiss, s'étaient mis à harceler son père, âgé de 81 ans, et même à louer un hélicoptère pour filmer la maison. Un appel aussi pathétique que surprenant. Car s'il y a quelqu'un qui a jusqu'ici parfaitement joué avec les médias, au point que ceux-ci en ont fait une icône presque intouchable, c'est bien Doris*

> *Leuthard. Doris dans son appartement design, Doris avec ses baguettes chinoises dans sa cuisine, Doris avec ses trente paires de chaussures. L'Argovienne a toujours su se mettre en scène, elle en a même trop fait. Aujourd'hui candidate au Conseil fédéral, elle refuse toutes les home stories. Elle a même prié les magazines* people *de ne plus utiliser d'anciennes photos. Une bonne décision que de tourner cette page trop intimiste* (L'Hebdo, 11 mai 2006).

Doris Leuthard se rend sans doute compte qu'elle est en train de faire les frais de l'engouement qu'elle a suscité.

Au travail, Madame Leuthard !

Si début mai, « L'étoile de Doris Leuthard brille de mille feux » (*24 Heures,* 5 mai 2006), le jour de l'élection, elle semble perdre d'un coup son éclat, ce qui constitue le seul rebondissement du feuilleton, puisqu'elle n'est élue que par une faible majorité. Comme le souligne Hélène Risser, de tels retournements de l'opinion publique ne sont pas rares :

> *En politique, le phénomène n'est certes pas nouveau. Comme les bulles financières ou les bulles immobilières, on s'est habitué aux emballements. Une personnalité qui jusque-là laissait l'opinion indifférente devient soudain omniprésente. On ne parle plus que d'elle. On ne regarde plus qu'elle. Chaque article en alimente dix autres. Chacun de ses propos suscite dix commentaires. C'est la phase de cristallisation. Mais cet engouement ne saurait durer. Déjà pointe la lassitude. Dans le meilleur des cas l'atterrissage s'effectue en douceur. Pour cela l'objet de la passion dévorante des médias doit s'être protégé. Ne pas s'être trop donné pour ne pas se consumer... Mais la bulle peut aussi éclater soudainement. Par un brusque retournement, celui qui, la veille encore, électrisait les foules n'intéresse plus personne* (Risser, 2007 : 123-124).

Au début du feuilleton, le sexe de Doris Leuthard passe pour son principal atout : « Deux autres bonnes nouvelles : le gouvernement sera prochainement plus féminin et plus jeune. Enfin ! » (*24 Heures,* 10 mai) ; « Comme elle est femme, Doris Leuthard est presque inattaquable » (*24 Heures,* 7 juin).

> *Si vous ajoutez le fait que Doris Leuthard a des convictions proches des milieux économiques, mais également des sensibilités sociales, et que son charme ne laisse visiblement pas les parlementaires masculins indifférents, tout est réuni pour une élection souriante. En réalité, cette*

> *élection vraiment tranquille, on la doit plus profondément encore à autre chose : l'élément femme* (24 Heures, 13 juin 2006).

Le lendemain de l'élection, si Doris Leuthard « rejoint Micheline[9] parmi les sages » (*Le Matin,* 15 juin) et se voit consacrée « nouvelle star du Palais » (*L'Hebdo,* 15 juin), son charme ne semble plus suffire à lui conférer de la crédibilité et ce sont ses compétences que l'on demande désormais à voir mises en pratique : « Doris Leuthard au Conseil fédéral. Maintenant, au travail ! » (*Le Matin,* 15 juin). L'adresse choisie par *24 Heures,* « Le programme est chargé : au travail, Madame Leuthard ! » (*24 Heures,* 17 juin), n'est pas sans rappeler quelques préjugés persistants à l'égard des politiciennes, préjugés notamment évoqués par Micheline Calmy-Rey :

> *Fondée sur mon parcours politique, je constate qu'une femme doit continuellement démontrer ses capacités. C'est une constante du parcours de toutes les femmes qui occupent une fonction dans le monde de la politique ou de l'économie. Une anecdote : alors que je venais d'être élue au Grand Conseil genevois, j'ai été amenée à participer à la commission qui rédigeait une nouvelle loi sur la santé et les établissements publics médicaux de Genève. Un très gros dossier, important, et un élu devait faire le rapport. Il se trouvait que c'était le tour des socialistes et que donc j'étais appelée à le faire. Il y a eu un moment de flottement et l'un des députés a déclaré, résumant l'état d'esprit général : « Bon, au moins on aura une charmante rapporteuse. » C'est un flagrant déni de compétence ! Les femmes doivent prouver plus pour pouvoir s'imposer* (*L'Illustré,* 7 mars 2007).

À ce propos, le rédacteur en chef du *Matin,* Peter Rothenbühler, avait déjà dénoncé le machisme de certains détracteurs de Doris Leuthard dès le début du feuilleton :

> *Allez Doris ! Dur, dur d'être femme dans la politique fédérale. Quand il y a un sale boulot à faire, on le file à une femme, très forte, si possible. Mais quand il s'agit d'occuper un fauteuil prestigieux, il faut naturellement un homme ! Parce que la femme, elle, est trop faible pour les « vrais » jobs, n'est-ce pas ? Doris Leuthard a repris la présidence du parti quand celui-ci menaçait d'éclater : elle a fait le ménage, elle a redonnée une crédibilité au PDC, elle a fait des petits miracles. Et maintenant que Joseph Deiss se retire du gouvernement, stressé et usé par le*

9. Micheline Calmy-Rey, Conseillère fédérale.

pouvoir, ils ressortent du bois, ces mâles qui n'avaient ni le temps, ni surtout l'envie de sauver le parti. Et que disent-ils ? Doris fait si bien la présidente, qu'il serait dommage de la faire entrer au Conseil fédéral. Et aussi qu'affronter Couchepin et Blocher, c'est plutôt une affaire d'hommes. Bande d'hypocrites ! C'est Doris la meilleure. Et basta ! (Le Matin, 6 mai 2006)

Ce n'est donc vraisemblablement pas sans connaître les effets de sens de sa caricature que Burki dessine la Conseillère derrière une caisse de supermarché pour signifier qu'elle sera à la tête du département de l'Economie (*24 Heures,* 17-18 juin 2006).

Ce n'est sans doute pas un hasard non plus si, le 18 juin, *Le Matin Dimanche* propose en une l'amorce suivante : « Mon mari fera plus souvent les courses ». Le quotidien se demande en clair comment le couple Leuthard pourra survivre si madame ne se charge plus des tâches domestiques. *Le Matin* rassure ses lecteurs, la nouvelle conseillère est « une ministre très M-Budget… » et « avoue sans complexe faire elle-même ses courses et posséder une carte Cumulus »[10] (*Le Matin*

10. M-Budget et Cumulus sont des programmes de fidélisation qui permettent aux clients de la chaîne de magasins Migros de bénéficier d'avantages pécuniaires en rapport avec le montant de leurs achats.

Dimanche, 18 juin 2006). La boucle est bouclée : Doris Leuthard est stigmatisée par cela même qui l'a mise sous les feux des projecteurs.

Conclusion

Le propos de cet article n'aura pas été de tirer des conclusions générales ou d'expliquer la dérive observable dans le traitement de la politique par la presse, mais de montrer, à partir d'un exemple concret, comment deux tendances médiatiques actuelles en direction d'une *sérialisation* et d'une *peopolisation* de l'information, pouvaient occasionnellement se mêler et se complémenter. L'analyse de ce feuilleton électoral permet de montrer comment ce qui aurait pu constituer un récit médiatique exemplaire, avec un nœud (une démission) et l'attente d'un dénouement (l'élection d'un-e autre ministre) qui aurait dû rester incertain jusqu'à la fin, s'est rapidement mué en une simple chronique *people*. En effet, dès le moment où l'agenda politique s'est trouvé vidé de tout suspense, l'issue de l'élection étant connue d'avance, l'agenda médiatique, soumis à la contrainte de maintenir l'intérêt de son lectorat, a été amené à modifier la forme de la narration pour se couler dans un scénario (une chronique) écrit d'avance. En l'absence de tout suspense, le centre d'intérêt d'un événement politique majeur s'est finalement déplacé sur la personnalité de la future Conseillère fédérale, profitant de l'effet « femme » pour alimenter la presse avec des thèmes relevant de la sphère privée et de la *peopolisation* : habitat, habitudes culinaires, habillement, loisirs, etc.

Dans le cadre d'une série d'entretiens que nous avons menés auprès de journalistes, le rédacteur en chef du quotidien *Le Matin,* Peter Rothenbühler, affirme que la « doctrine du feuilleton », qu'il a largement contribué à imposer au sein de son journal, consiste précisément à combler, jour après jour, les lacunes d'une histoire que les journalistes auraient autrement tendance à abandonner avant son dénouement.

Références bibliographiques

BARONI, Raphaël (2007), *La tension narrative,* Paris, Éditions du Seuil.

REVAZ, Françoise, Stéphanie PAHUD et Raphaël BARONI (2007), « Classer les "récits" médiatiques : entre narrations ponctuelles et narrations sérielles », dans Chraïbi ABOUBAKR (dir.), *Classer les récits. Théories et pratiques,* Paris, Éditions L'Harmattan, p. 59-82.

RISSER, Hélène (2007), *Faiseurs de rois. Quand les médias font l'élection...*, Paris, Éditions Privé.

STERNBERG, Meir (2001), « How narrativity makes a difference », *Narrative*, 9(2), p. 115-122.

RÉSUMÉ

Cet article décrit comment l'élection d'une politicienne a pu se structurer en feuilleton médiatique dans la presse écrite quotidienne. Il relève à ce propos un cas exemplaire d'enchevêtrement du politique et du people *dû aux tensions entre un* agenda politique, *qui fournit une « pré-configuration » à l'intrigue médiatique, et un* agenda médiatique, *qui mélange des informations d'ordre politique avec des incursions dans la vie privée, ce qui s'apparente clairement à la définition de l'événement-*people.

This paper aims to show how the events leading up to the election of a woman politician may have been structured as a soap opera by the daily press. It features an exemplary case of politics and celebrity *journalism playing one upon another. It is the tension between the* political agenda *and the* media agenda *that creates and heightens the interest in the election, portrayed as a* celebrity *event.*

Este artículo describe cómo la elección de una mujer del ámbito político ha podido estructurarse en folletín mediático de la prensa diaria escrita. El artículo menciona un caso ejemplar de embrollo del político y people *debido a las tensiones entre una* agenda política, *que produce una « preconfiguración » a la intriga mediática, y una* agenda mediática, *que combina las informaciones de orden político con ingerencias en la vida privada, lo que se asemeja claramente a la definición del evento-*people.